


АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

Утверждаю

Декан СПФ

 Т.В. Поштарева

от «23» мая 2022 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере
Квалификация выпускника бакалавр
Форма обучения очная, заочная

Год начала подготовки - 2022

Разработана

Канл. пед. наук, доцент кафедры ИЯТ

 Л.В. Куваева

Согласована

Зав. выпускающей кафедрой

СГД

 Е.В.Смирнова

Рекомендована

на заседании кафедры ИЯТ

от «23» мая 2022 г.

протокол № 10

Зав. кафедрой

 Т.В. Вергун

Одобрена


на заседании учебно-методической

комиссии СПФ

от «23» мая 2022 г.

протокол № 9

Председатель УМК

 Т.В. Поштарева

Ставрополь, 2022г.

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
 2. Место дисциплины в структуре ООП
 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине
 4. Объем дисциплины и виды учебной работы
 5. Содержание и структура дисциплины
 - 5.1. Содержание дисциплины
 - 5.2. Структура дисциплины
 - 5.3. Занятия семинарского типа
 - 5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)
 - 5.5. Самостоятельная работа
 6. Образовательные технологии
 7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 8.1. Основная литература
 - 8.2. Дополнительная литература
 - 8.3. Программное обеспечение
 - 8.4. Профессиональные базы данных
 - 8.5. Информационные справочные системы
 - 8.6. Интернет-ресурсы
 - 8.7. Методические указания по освоению дисциплины
 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины
 10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья
- Приложение к рабочей программе дисциплины

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины «Профессиональный иностранный язык» состоит в повышении уровня владения английским языком у студентов, успешно освоивших основную образовательную программу бакалавриата по соответствующему направлению подготовки, и овладении необходимыми навыками решения профессиональных задач на иностранном языке, а также для дальнейшего профессионального самообразования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Профессиональный иностранный язык» входит в обязательную часть блок 1 ООП ВО бакалавриата направления подготовки 42.003.02 Реклама и связи с общественностью.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Иностранный язык	Научно-исследовательская работа

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2. Осуществляет профессиональную коммуникацию в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия на иностранном (ых) языке (ах)	Знает языковой материал (лексические единицы и грамматические структуры), необходимый для академического и профессионального взаимодействия Умеет вести запись основных мыслей и фактов (из аудиотекстов и текстов для чтения), запись тезисов устного выступления/письменного доклада по изучаемой проблеме; Владеет грамматическими и лексическими категориями изучаемого (ых) иностранного (ых) языка (ов).

<p>ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.2. создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами иностранного языка.</p>	<p>Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты. Владеет грамматическими и лексическими навыками для создания коммуникационных продуктов в соответствии с нормами иностранного языка.</p>
---	---	--

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместры
		4
Контактная работа (всего)	30	30
в том числе:		
занятия семинарского типа (ПЗ)	30	30
из них		
– практические занятия (ПР)	30	30
Самостоятельная работа (всего) (СР)	78	78
в том числе:		
Контрольная работа		
Самоподготовка	78	78
Общий объем (общая трудоемкость), час	108	108
Форма промежуточной аттестации	Дифференцированный зачет	Дифференцированный зачет

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместры
		3
Контактная работа (всего)	10,3	10,3
в том числе:		
1) занятия семинарского типа (ПЗ)	10	10
из них		
– практические занятия (ПР)	10	10
2) промежуточная аттестация	0,3	0,3
Самостоятельная работа (всего) (СР)	97,7	97,7

в том числе:		
Контрольная работа		
Самоподготовка	94	94
Подготовка к аттестации	3,7	3,7
Общий объем (общая трудоемкость), час	108	108
Форма промежуточной аттестации	Дифференцированный зачёт	Дифференцированный зачёт

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1	Advantages and Disadvantages of Advertising	- Научные тексты о преимуществах и недостатках рекламы; -Грамматические структуры английского языка. - Тексты интервью с рекламными менеджерами и менеджерами по связям с общественностью; - Прямая и косвенная речь в английском языке -Нормы и правила употребления согласования времен. - Перспективы развития рекламной сферы в России.
2	Types of Public Relations Advertising	Монолог-описание функциональных обязанностей менеджера по связям с общественностью; Лексические единицы английского языка - Составление диалогов на тему: «стажировки» с выполнением должностных ролей, - Моделирование собеседования при приеме на работу. - Правила перевода прямой речи в косвенную в английском языке.
3	The Basics of a Print Ad	- Основы печатной рекламы и медиатекстов.
4	Business English	- Основные положения при составлении резюме и прохождении собеседования - написание деловых писем и факсовых сообщений - Нормы и правила употребления согласования времен

5.2. Структура дисциплины

для очной формы обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов		
		Всего	ПП	СР
1	Advantages and Disadvantages of Advertising	22	8	14
2	Types of Public Relations Advertising	22	8	14
3	The Basics of a Print Ad	26	6	20
4	Business English	38	8	30
	Общий объем	108	30	78

для заочной формы обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов		
		Всего	ПР	СР
1	Advantages and Disadvantages of Advertising	22	2	20
2	Types of Public Relations Advertising	22	2	20
3	The Basics of a Print Ad	26	2	24
4	Business English	34	4	30
	Аттестация	4	0,3	3,7
	Общий объем	108	10,3	97,7

**5.3. Занятия семинарского типа
Очная форма обучения**

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
				ОФО
1	1	ПР	Advantages and Disadvantages of Advertising	8
2	2	ПР	Types of Public Relations Advertising	8
3	3	ПР	The Basics of a Print Ad	6
4	4	ПР	Business English	8

Заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
				ЗФО
1	1	ПР	Advantages and Disadvantages of Advertising	2
2	2	ПР	Types of Public Relations Advertising	2
3	3	ПР	The Basics of a Print Ad	2
4	4	ПР	Business English	4

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа) - не предусмотрено

5.5. Самостоятельная работа

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов	
		ОФО	ЗФО
Тема 1 - 4	Подготовка к дискуссии по теме, чтение, перевод и аннотирование текста, выполнение практических заданий, подготовка к устному опросу.	78	94
	Подготовка к аттестации	-	3,7

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При освоении дисциплины «Профессиональный иностранный язык» используются следующие образовательные технологии:

- Технология коммуникативного обучения – направлена на формирование коммуникативной компетентности студентов, которая является базовой, необходимой для

адаптации к современным условиям межкультурной коммуникации.

- Технология разноуровневого (дифференцированного) обучения – предполагает осуществление познавательной деятельности студентов с учётом их индивидуальных способностей, возможностей и интересов, поощряя их реализовывать свой творческий потенциал. Создание и использование диагностических тестов является неотъемлемой частью данной технологии.

- Технология модульного обучения – предусматривает деление содержания дисциплины на достаточно автономные разделы (модули), интегрированные в общий курс.

- Технология индивидуализации обучения – помогает реализовывать личностно-ориентированный подход, учитывая индивидуальные особенности и потребности учащихся.

- Технология тестирования – используется для контроля уровня усвоения лексических, грамматических знаний в рамках модуля на определённом этапе обучения. Данная технология позволяет преподавателю выявить и систематизировать аспекты, требующие дополнительной проработки.

- Проектная технология – ориентирована на моделирование социального взаимодействия студентов с целью решения задачи, которая определяется в рамках профессиональной подготовки студентов, выделяя ту или иную предметную область. Использование проектной технологии способствует реализации междисциплинарного характера компетенций, формирующихся в процессе обучения английскому языку.

- Технология обучения в сотрудничестве – реализует идею взаимного обучения, осуществляя как индивидуальную, так и коллективную ответственность за решение учебных задач.

- Игровая технология – позволяет развивать навыки рассмотрения ряда возможных способов решения проблем, активизируя мышление студентов и раскрывая личностный потенциал каждого обучающегося.

- Технология развития критического мышления – способствует формированию разносторонней личности, способной критически относиться к информации, умению отбирать информацию для решения поставленной задачи.

- Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) - расширяют рамки образовательного процесса, повышая его практическую направленность, способствуют интенсификации самостоятельной работы обучающихся и повышению познавательной активности. В рамках ИКТ выделяются 2 вида технологий:

- *Технология использования компьютерных программ* – позволяет эффективно дополнить процесс обучения языку на всех уровнях. Мультимедийные программы предназначены как для аудиторной, так и самостоятельной работы студентов и направлены на развитие грамматических и лексических навыков.

- *Интернет-технологии* – предоставляют широкие возможности для поиска информации, ведения научных исследований.

Интерактивные и активные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

№ раздела (темы)	Вид занятия (ПР, С)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов	
			ОФО	ЗФО
1,2,4	ПР	Составление диалогов	2	1
3	ПР	Дискуссия	2	1

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела	Вид	Виды работ	Количество
-----------	-----	------------	------------

(темы)	занятия (ЛК, ПР, ЛР)		часов
-	-	-	-

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине приводятся в приложении к рабочей программе.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Основная литература:

1. Бовтенко М.А. Press Office. English for PR (Современная пресс-служба. Английский язык для бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью») : учебное пособие / Бовтенко М.А.. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2013. — 200 с. — ISBN 978-5-7782-2374-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44758.html>

2. Деловая корреспонденция на английском языке [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ — Электрон. текстовые данные.— Нижний Новгород: Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017.— 114 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54930.html> .— ЭБС «IPRbooks»

8.2. Дополнительная литература

1. Анисимова А.Т. English for Business Communication [Электронный ресурс]: учебное пособие по деловому английскому языку для студентов, обучающихся по направлениям «Экономика», «Менеджмент»/ Анисимова А.Т.— Электрон. текстовые данные.— Краснодар: Южный институт менеджмента, 2016.— 96 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/25955.html> .— ЭБС «IPRbooks»

2. English grammar [Электронный ресурс]: учебное пособие по грамматике английского языка для студентов неязыковых специальностей/ Ю.А. Иванова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2015.— 213 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/27158.html> .— ЭБС «IPRbooks»

3. Английский язык для гуманитариев [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям/ М.В. Золотова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 368 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52608.html> .— ЭБС «IPRbooks»

Библиотечно-информационный
центр Северо-Кавказского
социального института

8.3. Программное обеспечение

Линко – Программное обеспечение для организации лингафонного кабинета.
Microsoft Windows, Microsoft Office, Консультант плюс. Google Chrome

8.4. Профессиональные базы данных

– АНО ВО СКСИ - 1С: Библиотека

8.5. Информационные справочные системы

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» — <http://www.consultant.ru/>

8.6. Интернет-ресурсы

- Образовательный ресурс Британского Совета для изучения английского языка <http://www.britishcouncil.org>
- Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://www.window.edu.ru>
- Онлайн-курсы ведущих вузов страны для студентов - <https://www.minobrnauki.gov.ru/>
- Электронная библиотека «Все учебники» - <http://www.vse-uchebniki.ru/>
- Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» - <https://urait.ru/>

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Методические указания к занятиям семинарского типа

Основное назначение практических занятий заключается в выработке у студентов навыков чтения, перевода, понимания аутентичных научных англоязычных текстов профессиональной направленности, применения грамматики для коммуникации в устной и письменной форме. Для этого студентам к каждому практическому занятию предлагаются тексты для чтения, перевода и аннотирования и практические задания в виде заданий к текстам, а так же грамматический материал и упражнения на закрепление грамматики. Кроме того, участие в практических занятиях предполагает отработку и закрепление студентами навыков работы с полученной информацией, ведения дискуссий и т.п.

При подготовке к практическому занятию можно выделить 2 этапа:

- организационный;
- закрепление материала.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию.

Начинать надо с изучения новой лексики, а также ознакомительного чтения текста. Перечень теоретических вопросов по грамматической теме, на которые студенты должны обратить особое внимание, определяется преподавателем, ведущим соответствующее занятие, и заранее (до проведения соответствующего практического занятия) доводится до сведения обучающихся в устной или письменной форме. Грамматические вопросы темы обычно рассматриваются и закрепляются на практическом занятии при выполнении конкретных упражнений.

Задания, представленные по каждой теме, имеют практико-ориентированную направленность и призваны максимально приблизить студентов к реальным условиям применения иностранного языка в профессиональной сфере. Поскольку основная цель заданий заключается в выработке у студентов способности понимать письменную и устную профессиональную иностранную речь и навыков ее применения, при решении задачи обучающемуся целесообразно придерживаться следующей схемы действий.

В первую очередь, студенту следует тщательно изучить задание и выделить среди них лексически трудные места, затем определить какие грамматические конструкции подлежат применению в данной ситуации, после чего дать развернутые и грамматически правильные выполненные задания.

Выполнение заданий может быть представлено в письменной или устной форме. В случае вариативности выполнения задания следует обосновать все возможные варианты.

В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных лексико-тематических тем, объяснение грамматических норм и правил иностранного языка, уяснение практического применения рассматриваемых грамматических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого грамматического и лексического материала, примеры, поясняющие его, разобраться в заданиях.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (перечня основных пунктов) по изучаемому материалу (вопросу). Такой план позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам и структурировать изученный материал.

В структуре практического занятия традиционно выделяют следующие этапы: 1) организационный этап, контроль исходного уровня знаний (обсуждение вопросов, возникших у студентов при подготовке к занятию; 2) исходный контроль (тесты, опрос, проверка письменных домашних заданий и т.д.), коррекция знаний студентов; 3) обучающий этап (предъявление алгоритма решения заданий, инструкций по выполнению заданий, выполнения методик и др.); 4) самостоятельная работа студентов на занятии; 5) контроль конечного уровня усвоения знаний; 6) заключительный этап.

На практических и семинарских занятиях могут применяться следующие формы работы:

- фронтальная - все студенты выполняют одну и ту же работу;
- групповая - одна и та же работа выполняется группами из 2-5 человек;
- индивидуальная - каждый студент выполняет индивидуальное задание.

Формы практического занятия: 1) традиционная (чтение и перевод текстов, обсуждение спорных вопросов перевода, проведение устного опроса студентов, монологические высказывания студентов; 2) интерактивная (составление диалогов).

Интерактивные формы практического занятия проводятся для коллективной отработки лексического и грамматического материала тем. С этой целью преподавателем студенты разбиваются на рабочие группы в составе не более 3 человек и им предлагается составить диалоги имитирующую устную коммуникацию на иностранном языке в сфере юриспруденции. По окончании работы в группе студенты презентуют полученные результаты. В результате участия в работе в группах студентами отрабатываются навыки коммуникации в устной форме на иностранном языке, обмена информацией на иностранном языке, а также профессионально значимые навыки взаимодействия с другими лицами в форме сотрудничества, активного слушания.

В течение занятия студенту необходимо выполнить задания, выданные преподавателем, выполнение которых зачитывается, как текущая работа студента.

Методические указания к чтению текста

Следует различать два основных вида чтения – беглое (ознакомительное) и вдумчивое. Для разных заданий требуются разные виды чтения.

Беглое чтение (сканирование)

Характеристикой техники быстрого сканирования на английском языке является:

- "Пропуск" грамматических элементов. Например: a, the, in, of, through, that. Взгляд останавливается только на тех словах, которые несут какую-то информацию. Например, основные существительные, глаголы, прилагательные и наречия.

- "Игнорирование" форм глаголов. Что именно употребил автор look, looked, has looked или had looked? Has looked или had looked?

- "Игнорирование" точной орфографии. Хорошо известно, что мозг распознает слова целиком, а не буквы, из которых они состоят. Носители языка постоянно встречают слово *piесе*, однако многие из них по-прежнему пишут его как *реісе*, так как оба варианта содержат одни и те же буквы.

- "Игнорирование" сложных слов, которые не являются ключевыми для понимания смысла (здесь: *primeval*, *constrictor*). Во время быстрого чтения, нет времени на словарь.

Такое сканирование - прекрасный и быстрый способ сбора информации, необходимой для понимания письменного текста. Иногда возникает другая проблема: грамматические формы не важны для понимания текста, однако они могут понадобиться для его репродукции (например, если вам надо его пересказать). Если Вы постоянно их пропускаете, то при попытке использовать отдельные фразы, будет сложно строить правильные предложения.

Вдумчивое чтение

- Обращайте внимание на интересные (не всегда очевидные) вещи: новое слово, внутри какой фразы оно используется, с каким артиклем употребляется во фразе, какими предлогами "цепляется" к другим словам в предложении. Подумайте, почему там, где вы бы употребили предлог *on*, нужен предлог *at*. Возможно, в предложении используется *present perfect*, а вы бы использовали *past simple*. Порядок слов в предложении строго определен, что совсем уж странно для русскоговорящего.

- Если в предложении есть полезная фраза, подумайте, могли бы вы сами построить подобную? Зная ее смысл, употребили ли бы вы ее в том же времени, с теми же артиклями и предлогами? Такой ли порядок слов был бы в вашем предложении? Если вы сомневаетесь, что сказали бы фразу именно так, прочитайте ее еще раз. Потренируйтесь в ее произношении (можно на основе данной фразы строить свои собственные, заменяя подлежащее или имена). Ваша цель - запрограммировать ваш мозг на правильное использование этого предложения.

- При необходимости или же если вам нравится такая форма работы, обратитесь к словарю, чтобы уточнить значение того или иного слова. Так у вас будет возможность лучше понять употребление слова, познакомившись с примерами его употребления.

Методические указания к переводу текста

Перевод текста – это адаптация текста одного языка для прочтения или прослушивания на другом. Существуют разные виды переводов (устные, письменные, технические, литературные, юридические), но общие принципы перевода всегда одни и те же.

При переводе текста перед студентами встает несколько проблем: незнание значения слов и правил грамматики, небольшой запас синонимов, страх перед большим объемом текста. Процесс перевода делится на условные этапы.

1. Для начала нужно перевести название, прочитать исходный текст от начала до конца и попытаться при этом уловить, о чем идет речь.

2. Затем начинается непосредственно сам перевод. Все незнакомые слова в обязательном порядке нужно выписывать в отдельную тетрадку. Польза ведения тетради со словами – это то, что фиксируя слово на бумаге, вы лучше его запоминаете.

Еще одна сложность возникает с выбором значения. Основная, часто употребляемая лексика, как правило, многозначна. В таком случае в словаре через запятую или под цифрами перечисляются основные значения. Никогда не нужно брать первое попавшееся на глаза значение. Посмотрите на окружение слова, с каким глаголом или существительным оно сочетается, часто в словаре приводят общеупотребительные (устойчивые) выражения. Только после того, как вы примерно поняли, о чем идет речь в предложении или его части, выбирайте подходящее по смыслу значение.

Не надо начинать переводить все слова подряд. Лучше разделить текст на части, то есть определить единицу перевода: абзац, предложение, часть предложения или слово.

Перевод предложения нужно начинать с поиска его основы, то есть пары: подлежащего и сказуемого. Это то ядро, к которому присоединяются остальные члены предложения.

3. Следующим этапом идет согласование. Переведенный набор сегментов анализируется и адаптируется под язык, на который производится перевод. Часто для того, чтобы найти адекватную замену (или подходящий синоним) сложно переводимых слов, нужно иметь богатый словарный запас языка, на который переводится текст.

Результат перевода должен быть понятен носителю целевого языка, в переведенном тексте не должно оставаться несвязных предложений. Слова в предложении должны быть расставлены в правильном порядке, а смысл их должен быть абсолютно понятным. В переводе не должно быть выдуманных фрагментов, которые переводчик добавил от себя: слова синонимы могут использоваться, но без искажения исходного смысла или пропуска фрагментов текста.

Первый помощник переводчика – это, конечно, *словарь*. Хорошо, если есть возможность пользоваться разными типами словарей. В активе должен иметься не только тезаурус, содержащий значения отдельных слов, но и толковый словарь, словарь-справочник, словарь синонимов и антонимов, разговорный словарь, терминологический, словарь сокращений, трудностей и многие другие.

Компьютер может быть полезен в переводе: можно использовать *электронные словари*. Это такой же словарь, как и привычный напечатанный, однако более удобный.

Методические указания при составлении диалогов

Этот вид работы студентов направлен на формирование разговорных навыков общения на иностранном языке. Этот вид работы требует от студентов развитого критического мышления по осмыслению информации, формированию естественной реакции на реплики, а также умения лаконично формулировать мысль и выражать ее в вопросно-ответной форме. Кроме того, использование разговорных клише (средств) требует от студента и развитых коммуникативных и интерактивных навыков.

Диалог – метод, предусматривающий прямое или косвенное получение информации путем речевого общения. Диалог должен включать не менее 10 реплик.

Затраты времени на подготовку данного задания зависят от объема информации, сложности ее структурирования, индивидуальных особенностей студента и определяются преподавателем. Ориентировочное время на подготовку – 30 минут.

Действия студента:

- Изучить лексическую тематику;
- Разработать вопросы и ответы диалога с использованием разговорных клише;
- Грамотно озвучить диалог для контроля в установленный срок.

При ответе диалога оцениваются – соответствие диалога теме; языковая грамотность построения вопросов с применением кратких форм; корректная формулировка ответов; грамотное интонационное сопровождение диалога; работа представлена в срок.

Методические указания по выполнению практических заданий

Выполнение практических заданий заключается в выполнении заданий к англоязычному тексту и необходимости получения общего представления о содержании текста, а также поиска конкретной информации.

Вдумчиво и внимательно прочтите текст, отмечая незнакомые слова, если они мешают пониманию текста. Посмотрите значение непонятных слов в словаре. Прочитав текст, проверьте свое понимание по вопросам или другим заданиям после текста, стараясь не заглядывать в текст.

Наиболее популярными заданиями по работе с текстом на иностранном языке являются:

1. Вопросно-ответные упражнения - предполагают запрашивание и предоставление необходимой информации.

2. деление на категории – группировка языковых или смысловых элементов согласно обозначенным категориям или определение этих категорий.

3. восстановление / заполнение пропусков – приём работы со связным текстом, в котором преднамеренно пропущено каждое n-е слово (n колеблется от 5 до 10). Задача студентов – восстановить деформированный текст, подобрать пропущенные слова по смыслу, исходя из контекста или привычной сочетаемости слов.

4. упражнение на дополнение – приём работы, основанный на отрывке текста или ряде незаконченных предложений, которые необходимо закончить, используя информацию, полученную из прочитанного текста.

5. соотнесение / сопоставление – приём работы, заключающийся в распознавании соотносящихся друг с другом вербальных и невербальных элементов, например, между картиной и предложением, словом и его определением, началом и концом предложения и т.д.

6. перевод – выражение идеи на другом языке. При этом студенты должны принимать во внимание лингвистические и культурные особенности языка, на который делается перевод. Перевод может быть устным и письменным.

Методические указания для выполнения самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов заключается:

1) в самостоятельном изучении лексико-грамматической темы (чтение, перевод, подготовка к устному опросу);

2) в систематизации и закреплении полученных знаний посредством аннотирования текстов и в подготовке к дискуссии по теме;

Задания самостоятельной внеаудиторной работы студентов заключаются в продолжении изучения грамматического и лексического материала дисциплины и в развитии навыков чтения, перевода, а также устной и письменной коммуникации на иностранном языке.

Выполнение заданий осуществляется студентами по каждой теме дисциплины в «домашних условиях», результаты выполнения заданий представляются на практическом занятии в устной или письменной форме, в зависимости от типа задания.

В связи с тем, что выполнение заданий осуществляется во внеаудиторное время, студент может пользоваться словарями, справочниками по грамматике и должен уметь аргументировать, выполнение каждого задания.

Конкретные требования к содержанию и оформлению результатов выполненных заданий указаны в соответствующих разделах ФОС по дисциплине.

Методические указания по аннотированию текста

Аннотация – короткая справка о печатном произведении, излагающая содержание в виде перечня его основных вопросов. Аннотация дает представление только о характере оригинала (книга, статья и т.д.), о его строении (перечень вопросов), о его назначении (на кого оригинал рассчитан), а также об объеме оригинала (количество страниц). Аннотации пишутся как на языке оригинала, так и на родном языке. При составлении аннотации используются языковые клише. Объем аннотации составляет 0,5 страницы.

Структура аннотации стабильна. Она состоит из заголовочной части (название оригинала, фамилия автора, издательство, место и дата издания и др.). Написание собственно аннотации начинается с чтения текста и нумерации абзацев, определяется ведущая тема текста, темы и подтемы каждого абзаца, составление логического плана текста в виде перечня тем и подтем текста.

Клише, используемые при составлении аннотации:

а) клише, начинающие аннотацию и вводящие в главную тему:

The article (text) is called...

The title of the article (text) is...

The article (text) is published in...

The article is printed in...

The article consists of...

The article is devoted to...

The text touches upon the problem...

In the introductory part the author points out...

в) клише, оформляющие основную мысль произведения:

The author raises the problem of...

The main part of the text informs about...

The article contains statistics about...

с) клише, оформляющие выводы автора оригинала:

In the concluding paragraphs it is pointed out...

Summing up the information it is important to say that...

Generalizing the information it is necessary to say that...

В конце аннотации указывается фамилия, инициалы составителя, факультет, курс, группа, дата составления.

Методические указания к подготовке и проведению дискуссии

Правильно организованная дискуссия проходит три стадии развития: ориентация, оценка и консолидация.

На первой стадии вырабатывается определенная установка на решение поставленной проблемы. При этом перед преподавателем (организатором дискуссии) ставятся следующие задачи:

1. Сформулировать проблему и цели дискуссии. Для этого надо объяснить, что обсуждается, что должно дать обсуждение.

2. Создать необходимую мотивацию, т.е. изложить проблему, показать ее значимость, выявить в ней нерешенные и противоречивые вопросы, определить ожидаемый результат (решение).

3. Установить регламент дискуссии, а точнее, регламент выступлений, так как общий регламент определяется продолжительностью практического занятия.

4. Сформулировать правила ведения дискуссии, основное из которых — выступить должен каждый.

5. Добиться однозначного семантического понимания терминов, понятий и т.п.

Вторая стадия — стадия оценки — обычно предполагает ситуацию сопоставления, конфронтации и даже конфликта идей. На этой стадии перед преподавателем ставятся следующие задачи:

1. Начать обмен мнениями, что предполагает предоставление слова конкретным участникам.

2. Собрать максимум мнений, идей, предложений. Для этого необходимо активизировать каждого студента. Выступая со своим мнением, студент может сразу внести свои предложения, а может сначала просто выступить, а позже сформулировать свои предложения.

3. Не уходить от темы, что требует некоторой твердости организатора, а иногда даже авторитарности. Следует тактично останавливать отклоняющихся, направляя их в заданное «русло».

4. Поддерживать высокий уровень активности всех участников. Не допускать чрезмерной активности одних за счет других, соблюдать регламент, останавливать затянувшиеся монологи, подключать к разговору всех присутствующих студентов.

5. Оперативно проводить анализ высказанных идей, мнений, позиций, предложений перед тем, как переходить к следующему витку дискуссии. Такой анализ, предварительные выводы или резюме целесообразно делать через определенные интервалы (каждые 10—15 минут), подводя при этом промежуточные итоги.

6. В конце дискуссии предоставить право студентам самим оценить свою работу (рефлексия).

Третья стадия — стадия консолидации — предполагает выработку определенных единых или компромиссных мнений, позиций, решений. На этом этапе осуществляется контролирующая функция. Задачи, которые должен решить преподаватель, можно сформулировать следующим образом:

1. Проанализировать и оценить проведенную дискуссию, подвести итоги, результаты. Для этого надо сопоставить сформулированную в начале дискуссии цель с полученными результатами, сделать выводы, вынести решения, оценить результаты, выявить их положительные и отрицательные стороны.

2. Помочь участникам дискуссии прийти к согласованному мнению, чего можно достичь путем внимательного выслушивания различных толкований, поиска общих тенденций для принятия решений.

3. Принять групповое решение совместно с участниками. При этом следует подчеркнуть важность разнообразных позиций и подходов.

4. В заключительном слове подвести группу к конструктивным выводам, имеющим познавательное и практическое значение.

Составной частью любой дискуссии является процедура *вопросов и ответов*.

С функциональной точки зрения, все вопросы можно разделить на две группы:

• *Уточняющие (закрытые)* вопросы, направленные на выяснение истинности или ложности высказываний, грамматическим признаком которых обычно служит наличие в предложении частицы «ли», например: «Верно ли что?», «Правильно ли я понял, что?». Ответить на такой вопрос можно только «да» или «нет».

• *Восполняющие (открытые)* вопросы, направленные на выяснение новых свойств или качеств интересующих нас явлений, объектов. Их грамматический признак — наличие вопросительных слов: *что, где, когда, как, почему* и т.д.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Дифференцированный зачет— это форма промежуточной аттестации, задачей которой является комплексная оценка уровней достижения планируемых результатов обучения по дисциплине. В критерии итоговой оценки уровня подготовки обучающегося по дисциплине входят:

- уровень усвоения студентом материала, предусмотренного рабочей программой;
 - уровень практических умений, продемонстрированных студентом при выполнении практических заданий;
 - уровень освоения компетенций, позволяющих выполнять практические задания;
- Критерии оценки приведены в п. 3. Фонда оценочных средств.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины требуется следующее материально-техническое обеспечение:

– для проведения занятий семинарского типа - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук; мультимедийный лингафонный кабинет, оснащенный специализированной мебелью, техническими средствами обучения, учебно-наглядными пособиями.

– для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук; мультимедийный лингафонный кабинет.

– для самостоятельной работы обучающихся - аудитория оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Организации.

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Организация обеспечивает печатными и/или электронными образовательными ресурсами в формах адаптированных к ограничениям их здоровья.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
 - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
 - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
 - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- 3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;
 - по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

Приложение к рабочей программе дисциплины «Профессиональный иностранный язык»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Описание показателей оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели оценивания и оценочные средства для оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Показатели оценивания (результаты обучения)	Процедуры оценивания (оценочные средства)	
			текущий контроль успеваемости	промежуточная аттестация
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2 Осуществляет профессиональную коммуникацию в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия на иностранном (ых) языке (ах)	Знает языковой материал (лексические единицы и грамматические структуры), необходимый для академического и профессионального взаимодействия	Контрольные вопросы для устного опроса (вопрос №1-6);	Контрольные вопросы для устного опроса (вопрос №1-6)
		Умеет вести запись основных мыслей и фактов (из аудиотекстов и текстов для чтения), запись тезисов устного выступления/письменного доклада по изучаемой проблеме;	практические задания (№3,-5,8-9) Аннотирование текста (текст №1)	Аннотирование текста (текст №2)
		Владеет грамматическими и лексическими категориями изучаемого (ых) иностранного (ых) языка (ов).	Дискуссия (тема №1-6) Аннотирование текста (текст №2-3)	практические задания (задания №1-3) Аннотирование текста (текст №1,2)

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Показатели оценивания (результаты обучения)	Процедуры оценивания (оценочные средства)	
			текущий контроль успеваемости	промежуточная аттестация
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2. создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами иностранного языка.	Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты.	практические задания (№13)	практические задания (задания №1-3)
		Владеет грамматическими и лексическими навыками для создания коммуникационных продуктов в соответствии с нормами иностранного языка.		
УК-4, ОПК-1				Дифференцированный зачет

2.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках текущего контроля успеваемости

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося.

Постоянный текущий контроль (после изучения каждой темы) позволяет обучающемуся систематизировать знания в разрезе отдельных тем дисциплины.

Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях. При оценке компетенций принимается во внимание формирование коммуникативных навыков, определенного уровня профессиональной культуры, этические навыки, навыки владения нормами и правилами грамматики иностранного языка для выполнения практических заданий, а также личные качества обучающегося.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки.

2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и студентами группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекс мер по устранению недостатков.

3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.

4. Соблюдение последовательности проведения оценки.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице.

Оценочные средства	Организация деятельности студента
<p>Дискуссия</p>	<p>Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения на иностранном языке.</p> <p>Уровень умений обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».</p> <p>Критерии и шкала оценки приведены в п. 3. Фонда оценочных средств.</p>
<p>Практические задания</p>	<p>Различают задания:</p> <p>а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовый объем лексики, фонетики, факты и информация, представленные на иностранном языке) и умение правильно использовать грамматику, понимание содержания материалов в рамках определенного раздела дисциплины;</p> <p>б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения переводить, анализировать, пересказывать материал, отвечать на поставленные вопросы;</p> <p>в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения применять лексические и грамматические знания в коммуникации на иностранном языке.</p> <p>Уровень умений и навыков обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».</p> <p>Критерии и шкала оценки приведены в п. 3. Фонда оценочных средств.</p>
<p>Аннотирование текста</p>	<p>Правильное понимание и осмысление прочитанного текста, извлечение информации, перевод текста базируются на навыках по анализу иноязычного текста, умениях извлекать содержательную информацию и излагать ее в виде краткой справки, излагая содержание в виде перечня его основных вопросов.</p> <p>Уровень умений и навыков обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».</p> <p>Критерии и шкала оценки приведены в п. 3. Фонда оценочных средств.</p>
<p>Устный опрос</p>	<p>Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.</p> <p>Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.</p> <p>Показатели для оценки устного ответа: 1) знание материала; 2) последовательность изложения; 3) владение грамотной</p>

	<p>речью на иностранном языке; 4) применение конкретных примеров; 5) знание ранее изученного материала; 6) степень активности в процессе.</p> <p>Уровень знаний обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».</p> <p>Критерии и шкала оценки приведены в п. 3. Фонда оценочных средств.</p>
--	---

2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации

<p>Дифференцированный зачет</p>	<p>Дифференцированный зачет – это форма промежуточной аттестации, задачей которой является комплексная оценка уровней достижения планируемых результатов обучения по дисциплине.</p> <p>Дифференцированный зачет по дисциплине включает в себя: собеседование преподавателя со студентами по контрольным вопросам и практическим заданиям и выполнение тестовых заданий.</p> <p>Контрольный вопрос — это средство контроля усвоения учебного материала дисциплины.</p> <p>Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: беседу преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме дисциплины.</p> <p>Тестовые задания — это средство контроля усвоения учебного материала дисциплины.</p> <p>Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: письменное выполнение обучающимся тестовых заданий на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме дисциплины.</p> <p>Практическое задание — это оценочное средство, включающее совокупность заданий, направленных на деловую коммуникацию с целью формирования компетенций, соответствующих основным типам профессиональной деятельности.</p> <p>Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: оценку правильности выполнения практического задания, уметь прочитать и понять суть излагаемого материала, ответить на поставленные вопросы, составить необходимые диалоги и написать деловое письмо.</p> <p>Контрольные вопросы и практические и тестовые задания к зачету доводятся до сведения студентов заранее.</p> <p>При подготовке к ответу пользование учебниками, учебно-методическими пособиями, средствами связи и электронными ресурсами на любых носителях запрещено.</p> <p>На ответ студента по каждому контрольному вопросу и практическому и тестовому заданию отводится, как правило, 3-5 минут.</p> <p>После окончания ответа преподаватель объявляет</p>
--	---

	<p>обучающемуся оценку по результатам зачета, а также вносит эту оценку в аттестационную ведомость, зачетную книжку.</p> <p>Уровень знаний, умений и навыков обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».</p> <p>Перечень контрольных вопросов, практических и тестовых заданий к зачету, а также критерии и шкала оценки приведены в разделе 3 Фонда оценочных средств.</p>
--	--

3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ **Типовые задания для текущего контроля успеваемости**

Перечень типовых контрольных вопросов к устному опросу

1. Лексические единицы и грамматические структуры английского языка
2. Нормы и правила употребления согласования времен.
3. Основные преимущества и недостатки современной рекламы
4. Правила перевода прямой речи в косвенную в английском языке.
5. Функциональных обязанностей менеджера по связям с общественностью.
6. Основные положения при составлении деловой корреспонденции.

Критерии и шкала оценки устного опроса

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если вопрос раскрыт полностью с использованием учебной и дополнительной литературы, с приведением 3-5 примеров.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если вопрос раскрыт с использованием только учебной литературы и приведением 1-2 примеров.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если вопрос раскрыт только частично без приведения примеров.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если вопрос не раскрыт

Перечень типовых текстов для аннотирования

1. ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF ADVERTISING

Advertising, as a tool of marketing, is used to increase the sale of goods or services of an organization. Public relations uses advertising as a tool to help sell the policies and actions of an organization. Success in marketing is shown by increased income. Success in public relations, which indirectly affects the economic success of the organization, is shown by increased public regard for the organization.

There are five basic types of public relations advertising. *Image"building* advertising is designed to convince the public that the organization is a good citizen and a desirable part of the community.

Financial advertising may be placed to meet SEC requirements or to convince investors that the company's management is sound and that the stock is a good investment. *Public service* advertising supplies information that helps or assists the public in some way. *Advocacy* advertising allows an organization to explain its stand on a particular issue and to try to change public opinion. *Announcement* advertising focuses on distributing important news promptly so that the public has current information.

2. young people and consumerism

In the summer of 1965, 17-year-old Fred DeLuca was trying to figure out how to pay for medical school. A family friend suggested that Fred open a sandwich shop – and then the friend invested \$1,000 to help get it started. Within a month, they opened their first sandwich shop.

From that humble start grew the Subway franchise chain with approximately 45,000 stores in more than 100 countries.

For more than 10 years, Subway advertisements featured Jared Fogle, a college student who was overweight but lost 245 pounds (about 111 kg) by only eating Subway's low-fat sandwiches. Jared says it was a fluke that he ended up in Subway's ads. Fogle first came to media attention in April 1999, via an article written by a former dorm mate about Fogle's weight loss and published in *Indiana Daily Student*. According to the article, Fogle had become obese through lack of exercise and eating junk food. Switching to eating at Subway, he changed his eating habits there to include healthier choices and smaller portions free of fattening condiments such as mayonnaise, which was followed by his significant weight loss. Jared already knew he liked Subway sandwiches, but the "7 under 6" promotion inspired him to incorporate them into his diet. As soon as Jared's ads began to run, word of his inspiring story spread and consumer awareness of Subway and its healthy fare increased.

Subway's strategy at that time focused on its line of seven different sandwiches with under six grams of fat. The goal was to set Subway food apart from other fast food, position it to appeal to health-conscious eaters, and spark new sales growth. Rapidly, sales grew more than 18 percent that year. The ads also attracted attention from potential franchises which saw in Subway a profitable small business opportunity. Subway tried to balance its menu and promotion to appeal to three segments: customers interested in low fat, those most concerned about taste, as well as those seeking a good value.

3.

The American National Advertisers and Publishers Information Bureau suggests several characteristics that distinguish public relations advertising. The following list uses the word "company", but the concept is applicable to any organization, including nonprofit, voluntary, and trade groups.

1. It must educate or inform the public regarding the company's policies, functions, facilities, objectives, ideals, and standards.
2. It must create a climate of favorable opinion about the company by stressing the competence of the company's management, accumulated scientific knowledge, manufacturing skills, technological progress, and contribution to social advancement and public welfare.
3. It must build up the investment qualities of the company's securities or improve the financial structure of the company.
4. It must sell the company as a good place in which to work, often in a way designed to appeal to graduates or people with certain skills.

4. Advantages of Advertising

Advertising is paid and controlled mass communication. This means that the organization completely bypasses the newsroom gatekeepers and places its messages, exactly as written and formatted, with the medium's advertising department. Thus a primary reason for using advertising as a communications tool is that control of the message remains with the sender.

Some other advantages of advertising are its selectivity and the advertiser's control of the impact and timing.

Audience Selection

With advertising, you can reach a very specific audience. For example, commercials on stations can be turned to the audience with little regard for any other people. Advertisements in specialized publications can reach their readers with very little exposure to others. Different ideas can be conveyed to different groups, and efforts can be concentrated in the most important areas.

For any public relations program, certain groups or public are more important than others. Reaching them may be imperative, while reaching others may be optional. To be sure of reaching your key publics, you can rely on advertising.

Критерии и шкала оценки аннотирования текста

Правильное понимание и осмысление прочитанного текста, извлечение информации, перевод текста базируются на навыках по анализу иноязычного текста, умениях извлекать содержательную информацию из форм языка.

При аннотировании оцениваются:

- полнота и точность передачи основной информации;
- знание нейтральной лексики;
- знание терминов;
- социокультурные знания, необходимые для понимания текста;
- связность передачи содержания;
- логичность построения сообщения (раскрытие причинно-следственных связей).

Оценка «отлично» выставляется студенту, если понимает основное содержание прочитанного и услышанного материала, почти все детали и смысловые связи между содержательными компонентами и частями текста, содержание высказывания отличается связностью, полнотой, аргументированностью, выражением собственной точки зрения; речь лексически и грамматически разнообразна, допускаются 1-3 ошибки (единичные ошибки, исправляемые путем самокоррекции, не учитываются).

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если понимает основное содержание прочитанного материала и некоторые детали, речь лексически и грамматически разнообразна, высказывания логичны, построены на основе известных алгоритмов, допускаются некоторые ошибки.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если понимает значительную часть основного содержания прочитанного и услышанного, но без деталей, допускаются ошибки, не препятствующие пониманию смысла высказывания.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если частично воспроизводит содержание прочитанного и услышанного материала, состоящего из простейших слов и предложений, многочисленные ошибки затрудняют понимание смысла высказывания, различает отдельные слова и фразы при чтении.

Типовые практические задания

Задание 1. Прочитайте и переведите текст

Read the following text carefully and do the tasks that follow it.

In the summer of 1965, 17-year-old Fred DeLuca was trying to figure out how to pay for medical school. A family friend suggested that Fred open a sandwich shop – and then the friend invested \$1,000 to help get it started. Within a month, they opened their first sandwich shop. From that humble start grew the Subway franchise chain with approximately 45,000 stores in more than 100 countries.

For more than 10 years, Subway advertisements featured Jared Fogle, a college student who was overweight but lost 245 pounds (about 111 kg) by only eating Subway's low-fat sandwiches. Jared says it was a fluke that he ended up in Subway's ads. Fogle first came to media attention in April 1999, via an article written by a former dorm mate about Fogle's weight loss and published in *Indiana Daily Student*. According to the article, Fogle had become obese through lack of exercise and eating junk food. Switching to eating at Subway, he changed his eating habits there to include healthier choices and smaller portions free of fattening condiments such as mayonnaise, which was followed by his significant weight loss. Jared already knew he liked Subway sandwiches, but the “7 under 6” **promotion** inspired him to incorporate them into his

diet. As soon as Jared's ads began to run, word of his inspiring story spread and consumer awareness of Subway and its healthy fare increased.

Subway's strategy at that time focused on its line of seven different sandwiches with under six grams of fat. The goal was to set Subway food apart from other fast food, position it to appeal to health-conscious eaters, and spark new sales growth. Rapidly, sales grew more than 18 percent that year. The ads also attracted attention from potential franchises which saw in Subway a profitable small business opportunity. Subway tried to balance its menu and promotion to appeal to three segments: customers interested in low fat, those most concerned about taste, as well as those seeking a good value.

I – Reading comprehension

Задание 2. Match the parts of the sentences. Write the letters a), b), c) ... in the boxes.

- | | | |
|--|--------------------------|---|
| 1. Fred DeLuca opened a sandwich shop | <input type="checkbox"/> | a) because it offers healthy and tasty food at a low price. |
| 2. After a modest start, Subway grew their sandwiches. | <input type="checkbox"/> | b) after losing weight by only eating |
| 3. Jared Fogle was used in Subway's ads | <input type="checkbox"/> | c) different and better fast food. |
| 4. Fogle's story | <input type="checkbox"/> | d) to become a worldwide franchise. |
| 5. Subway's strategy was to offer customers. | <input type="checkbox"/> | e) helped Subway to attract attention from |
| 6. Subway is such a lucrative business | <input type="checkbox"/> | f) in order to have money for college. |

Задание 3. Explain what the "7 under 6" promotion is.

Задание 4. Complete the following sentences according to the text.

1. The 1st Subway sandwich shop opened . . .

2. DeLuca only managed to start his business with ...

3. Jared Fogle had struggled with weight problems because he ...

4. By changing his eating habits at Subway, Fogle was able to ...

Задание 5. Match the underlined words from the text with their equivalent meaning. Write the letters a), b), c) ... in the boxes.

- | | | |
|---------------|--------------------------|---------------|
| 1. figure out | <input type="checkbox"/> | a) fat, obese |
| | <input type="checkbox"/> | |

2. humble

b) food

3. advertisements

c) understand or solve something

4. overweight

d) without

5. fluke

e) interest or attract someone

6. free of service ...

f) announcements in a public medium promoting a product,

7. fare

g) a surprising piece of luck

8. appeal

h) not special or very important

II – Vocabulary

Задание 6. ADVERTISING: Use the words from the box to complete the text meaningfully.

“Advertising is _____¹ and expected. Young people don’t see anything wrong in a _____² being advertised. They don’t see any reason to be _____³ and if it’s on TV or somewhere else, then it must be good. They are easily _____⁴ by the charm and _____⁵ presentation of advertising. They look for an instant and easy _____⁶. If it’s not there, they don’t take any notice. And they literally and naively _____⁷ celebrities in ads really use the products they are _____⁸,” says Stuart Armon, managing director of a company that conducts research into the media habits of the youth in the UK.

affected • believe • message • suspicious • accepted • appealing • advertising • product

Задание 7. ADVERTISING STRATEGIES AND FEATURES: Match the headings to the corresponding explanation. Write the letters a), b), c) ... in the boxes.

1. Star power & testimonia

a) exaggerations to create emphasis or effect

2. Colour & visual effects

b) statistics used to enhance the product's credibility

3. Facts & figures

c) using ads that make you laugh to catch your attention

4. Slogan

d) inventing new words to have a novelty impact

5. Hyperboles

e) using figures of speech to replace more offensive terms

6. Adjectives/adverbs

f) a short and striking or memorable phrase

7. Neologism

g) famous people advertise a product

8. Word puns **h)** using comparatives/superlatives to set a product apart
9. Euphemism **i)** playing with words to make a phrase more memorable
10. Humour **j)** lots of illustrations, pictures... are used to break up the text

Задание 8. CONSUMER RIGHTS: Complete the name of each consumer right with the words below.

1. Right to _____ – this right guarantees survival, adequate food, clothing, shelter, health care, education and sanitation.
2. Right to _____ - the consumer should be protected against the marketing of goods or the provision of services that are dangerous to health and life.
3. Right to _____ - the consumer should be protected against dishonest or misleading advertising or labeling and has the right to be given the facts needed to make an informed _____ choice.
4. Right to _____ - the consumer has the right to select from among various products at competitive prices with an assurance of satisfactory quality.
5. Right to _____ - the right to express consumer interests in the making and execution of government policies.
6. Right to _____ - the right to be compensated for misrepresentation, shoddy goods or unsatisfactory services.
7. Right to _____ – the right to acquire knowledge and skills necessary to be an informed customer, while being aware of basic consumer rights and responsibilities.
8. Right _____ - the right to live and work in a place which is neither threatening nor dangerous and which permits a life of dignity and well-being.

information • consumer education • basic needs • a healthy environment • redress • safety • representation • choose

III – Grammar

Задание 9. Complete the gaps with the comparative or superlative of the adjectives supplied.

1. Susan is _____ (helpful) employee in the sandwich shop.
2. Jared Fogle was much _____ (heavy) than he thought.
3. This is by far _____ (good) sandwich I have ever had.
4. Eating too much fast food is one of _____ (big) mistakes you can make.
5. His restaurant has grown _____ (fast) than any other I know.

Задание 10. Change the words in brackets into nouns by adding a suffix. Make any necessary change.

1. There is no _____ (differ) in price between these two sandwiches.

2. Have you made any _____ (decide) on where to have lunch yet?
3. _____ (happy) isn't just about having many possessions.
4. He thinks he eats healthily, but in _____ (real) he eats way too much fast food.

Задание 11. Put the verbs in brackets either in the infinitive or –ing form.

1. She was thinking about _____ (apply) for a job at Subway's.
2. I really want _____ (change) my eating habits.
3. Linda has promised me _____ (stop) eating so much junk food.
4. I can't stand _____ (watch) so many commercials.
5. There's no point _____ (complain) about the food here.

Задание 12. Circle the correct option to complete the sentences.

- Paul doesn't go to Burger King anymore (1) avoid eating fast food. a) in order to b) because c) unless
- (2) she works really hard, she didn't get the promotion at Subway's. a) after b) as c) although
- I will meet you at the restaurant at seven (3) I have to work late. a) before b) when c) unless
- Linda got fired (4) she was compulsively shopping online all day. a) since b) although c) in order to
- I bought this smart phone (5) it was released. a) unless b) as soon as c) due to the fact that

IV – WRITING

Задание 13. Do either A. or B. in about 100 words. A. Are you a healthy eater? Explain. B. Do you consider yourself a compulsive buyer? Why/why not?

Критерии и шкала оценки выполнения практического задания

Оценка «отлично» студент выполнил работу в полном объеме с соблюдением необходимого базового объема лексики, фонетики, фактов и информации, представленных на иностранном языке. Правильно использует грамматику. Понимает содержание материалов в рамках определенного раздела дисциплины для устной и письменной коммуникации; переводит, анализирует и пересказывает материал, отвечает на поставленные вопросы.

Оценка «хорошо» студент выполнил требования к оценке «5», но допущены 2-3 грамматические ошибки.

Оценка «удовлетворительно» - студент выполнил работу не полностью, но объем базового объема лексики, фонетики, фактов и информации, достаточен для коммуникации на иностранном языке. Допускает грамматические ошибки, которые не мешают общему пониманию содержания материала.

Оценка «неудовлетворительно» - студент выполнил работу не полностью объема лексики недостаточно для ведения деловой коммуникации на иностранном языке. С трудом понимает содержание материалов в рамках определенного раздела дисциплины. Не может отвечать на поставленные вопросы.

Типовые темы для дискуссии

(Устная коммуникация на иностранном языке)

1. What advantages of ad do you know?
2. What disadvantages of ad do you know?
3. Different types of PR advertising?
4. What basics of a Print Ad do you know?
5. With advertising, you can reach a very specific audience.
6. For any public relations program, certain groups or publics are more important than others.

Критерии и шкала оценки участия в дискуссии

Дискуссия позволяет включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения на иностранном языке.

Учитываются фонетические, лексические и грамматические навыки коммуникации.

Оценка «отлично» – Студент полностью смог аргументировать свою точку зрения, коммуникация проходила с использованием большого объема лексики, без грамматических ошибок. Студент быстро реагировал на развитие ситуации.

Оценка «хорошо» – Студент частично смог аргументировать свою точку зрения, коммуникация проходила с использованием ограниченного объема лексики и с незначительными грамматическими ошибками. Студент не всегда быстро реагировал на развитие ситуации. Незначительные фонетические ошибки.

Оценка «удовлетворительно» Студент с трудом аргументировал свою точку зрения. Лексический объем ограничен, большое количество грамматических и фонетических ошибок, что затрудняет коммуникацию. Студент с трудом реагирует на развитие ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» Студент не может участвовать в дискуссии из-за ограниченного лексического объема и отсутствия знаний о нормах и правилах грамматического строя языка.

Типовые задания для промежуточной аттестации (дифференцированный зачет)

Перечень типовых контрольных вопросов для устного опроса на промежуточной аттестации

1. Лексические единицы английского языка
2. Грамматические структуры английского языка
3. Нормы и правила употребления согласования времен.

4. Правила перевода прямой речи в косвенную в английском языке.
5. Основные положения при составлении резюме.
6. Основы создания печатной рекламы и медиатекстов.

Перечень типовых практических заданий для промежуточной аттестации

Задание 1. Can you explain the following?

1. With advertising, you can make your message as big, frequent, and powerful as you choose.
2. If timing is an important factor, advertising can guarantee that your message will be timely.

Задание 2. Agree or disagree:

1. The broadcast media present similar problems and opportunities.
2. Prompt response to a public issue, a fixed sequence of message, continuity of communication — all can be maintained through advertising.

Задание 3. Develop the following statement in writing. Use no more than 80 words:

With advertising, you can be sure that your message is reproduced in the exact words you choose and in the sequence you have planned.

Перечень типовых текстов для аннотирования для промежуточной аттестации

1. What is it right resume?

A resume is an introduction, one page, one short chance at proving you are a qualified and experienced candidate who should be hired by a company. It wraps up all your life experiences, needs to be professional, to the point and perfect. A resume must present a clear picture of the candidate. For this you should know what a potential employer expects.

They look at a person's experience with a company, how long the person has worked for a company or to see if he is a "job jumper". The person should be able to present himself in a resume. Your resume must be right, standard format, typed. To offer details about spouses and children is not necessary and not professional.

So what should be in a resume?

Begin with the basics. Your name, address and phone (fax) number should always go at the top of your resume. There is no need to include the words "resume" or "c/v" – they take up precious space.

State a resume objective. It should be below the name, address and phone number and be clear and concise job objective. Using it forces you to tailor your resume to a particular position or company, as well as provides an immediately clear sense of direction to those people who will be reviewing your resume. The main objective of your writing a resume – to demonstrate your abilities for a particular position – so state it clearly at the top. Focus on the position and career path you are going after, and state exactly what you want. It should be more than "Objective: To work in challenging environment."

Talk about your accomplishments in your "Experience" section. Focus on achievements at your present and previous jobs, especially those that involve problem-solving, management skills, critical thinking and initiative. These should be listed chronologically, beginning with your most recent position and then moving through previous jobs, as long as they provide applicable experience to the position you are seeking. Always use action verbs in your job description: words like "administered", "analyzed", "coordinated", "evaluated", "negotiated", "reviewed" and "supervised" offer a stronger presentation of your abilities. But keep the description short and to the point, and also make sure everything listed is relevant.

Include a section about your education, list it before your experience only if your educational history is stronger than your work background. This is often best for first-time job seekers who don't have much work experience. Make sure to list any additional courses you

have taken that might be relevant to the job you are seeking, including specific company training programs or language courses.

Personal data should be included in a short section at the end of your resume. Including information about your marital status, number of children, health and physical characteristics is always unnecessary. Include such categories as language fluency, extensive travel history or specific computer skills. Don't include references on your resume.

2. Disadvantages of Advertising

Although institutional advertising can be effective in getting key messages to specific audiences, there are some disadvantages.

Cost

Paid space is expensive. Ads in multiple media outlets, which are necessary for message penetration, can cost thousands of dollars in the trade press and millions in the consumer press. The most extreme example is the annual Super Bowl football game, during which a 30 second television commercial costs about \$900,000. The high cost of buying space for advertising has led many companies to shift more of their marketing communications budgets to product publicity, direct mail, and telemarketing.

Критерии и шкала оценки дифференцированного зачета

Оценка «отлично» выставляется студенту:

-правильность и четкость ответа; отсутствие фонетических и грамматических ошибок, оговорок;

-полнота ответа: знание основных норм и правил английского языка в профессиональной юридической деятельности;

-Понимание основных вопросов рассмотренного материала и умение вести деловую коммуникацию в устной и письменной форме на английском языке;

-четкость, последовательность и грамотность речи;

-способность обмениваться деловой информацией в рамках изученных тем.

-допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправляемые студентами.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если:

-правильность и четкость ответа: незначительные фонетические и грамматические ошибки, не мешающие общему восприятию информации;

-полнота ответа: знание основных норм и правил английского языка в профессиональной юридической деятельности;

-Понимание основных вопросов рассмотренного материала и умение вести деловую коммуникацию в устной и письменной форме на английском языке с незначительными ошибками;

-способность обмениваться деловой информацией в рамках изученных тем.

-достаточная четкость, последовательность и грамотность речи;

-допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентом после указания преподавателя на них.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если:

-правильность и относительная четкость ответа;

-неполнота ответа: фрагментарное понимание основных вопросов рассмотренного материала; ведет деловую коммуникацию в устной и письменной форме на английском языке с ошибками;

– допускаются отдельные существенные ошибки, исправляемые с помощью преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если;

– изложение ответа на вопрос неполное, бессистемное;

– не знает основные нормы и правила английского языка;

– Не понимает основные вопросы рассмотренного материала и не умеет вести деловую коммуникацию в устной и письменной форме на английском языке;

– допускаются существенные ошибки, не исправляемые даже с помощью преподавателя.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Профессиональный иностранный язык»
направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере
на 2020/2021, 2021/2022, 2022/23 уч.г.**

Внесенные изменения на 2023/2024 учебный год



ТВЕРЖДАЮ

Декан социально-психологического факультета

Т.В. Поштарева

«19» мая 2023 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Google Chrome, Яндекс Браузер, Яндекс 360, Антивирус

8.4. Профессиональные базы данных

База данных психологов, работающих на территории РФ - <http://www.psychology-guide.ru>

База данных психологических методик - https://hr-portal.ru/psy_tools?ysclid=l6yr3dpf27651016965

8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>


Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

Поисковая система Google - <https://www.yandex.ru/>

Поисковая система Yandex - <https://www.rambler.ru/>


Поисковая система Yahoo - <https://www.yahoo.com/>

Рабочая программа пересмотрена и рекомендована на заседании кафедры социально-гуманитарных дисциплин от «19» мая 2023 г. протокол № 9
зав. кафедрой  Е.В. Смирнова

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии СПФ
«19» мая 2023 г. протокол № 9

Председатель УМК  Т.В. Поштарева

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей кафедрой социально-гуманитарных наук  Е.В. Смирнова
«19» мая 2023 г. протокол № 9